

Mediensystemwandel als Medienorganisationswandel

Anwendung der Populations-Ecology

auf das schweizerische Mediensystem

lic. phil. Samuel Studer

Dr. Matthias Künzler

Prof. Dr. Otfried Jarren

Kontakt:

Universität Zürich

Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung

z.H. Herr Dr. Matthias Künzler

Andreasstrasse 15

8050 Zürich

Schweiz

m.kuenzler@ipmz.uzh.ch

Tel: 0041 44 634 46 98

1. Einleitung

Die Analyse des langfristigen Wandels von Medienstrukturen stellt eine grosse Herausforderung dar. Die bisherige medienhistorische Forschung hat zwar eine Vielzahl von Studien hervorgebracht, in denen die Genese und Entwicklung von Medien im Fokus der Untersuchung stehen. Allerdings stehen in diesen Werken in der Regel bestimmte (konkrete und einzelne) Medienorganisationen im Zentrum und es unterbleibt meist eine Analyse des Wandels von ganzen Systemen (u.a. wegen des Aufwands und Schwierigkeiten des methodischen und theoretischen Zugangs). Die (komparative) Mediensystemforschung auf der anderen Seite hat Mediensysteme oft entlang ihres Verhältnisses zu gesellschaftlichen (meist politischen, z.T. auch ökonomischen) Teilsystemen und damit zu exogenen Faktoren beschrieben und geordnet (z. B. Hallin/Mancini 2004). Solche Medientypologien können zwar verschiedene Zustände von Mediensystemen beschreiben, sie sind jedoch statistisch und machen kaum Aussagen über den Zeitpunkt des Wandels. Um den strukturellen Wandel ganzer Mediensysteme zu analysieren, bedarf es entsprechender theoretischer und methodischer Zugänge.

Das vorliegende Paper möchte einen Beitrag zur Lösung dieses Problems leisten, indem es danach fragt, wie der Wandel von Mediensystemen analytisch erfasst werden kann und welche Implikationen sich für die empirische Beschäftigung mit diesem Wandel ergeben. Die präsentierten Überlegungen sind im Rahmen eines Forschungsverbunds entstanden (bestehend aus sieben Teilprojekten), der sich derzeit mit Gründen, Formen und Folgen von «Krise und Wandel der Medien in der Schweiz» beschäftigt. Ausgehend von der Feststellung, dass Medien a) entscheidend sind für eine funktionierende Demokratie und b) gegenwärtig unter grossem ökonomischem Druck stehen und von gesellschaftlichen Veränderungen betroffen sind, will der Projektverbund Herausforderungen und Wandel der traditionellen Leitmedien und die Rolle der Neuen Medien im Hinblick auf Demokratie und Gesellschaft aus sieben verschiedenen Perspektiven beleuchten. Das Teilprojekt, an dem die Autoren dieses Papers arbeiten, befasst sich mit der Analyse des Strukturwandels des schweizerischen Mediensystems auf nationaler und regionaler Ebene für die Zeit zwischen 1970 und 2010. Dieser Medienwandel soll anhand von Organisationswandel dargestellt werden. Mit einer Analyse des Wandels von Medienorganisationstypen, so unsere Überzeugung, kann Mediensystemwandel analysiert werden (vgl. Kap. 2). Es wird vorgeschlagen, den Mediensystemwandel mit der Organisationstheorie der Populations-Ecology zu untersuchen. Kapitel 3 geht auf wichtige Aspekte dieser im deutschsprachigen Raum bislang kaum auf Medien angewandte Makro-Theorie ein und erläutert einige Implikationen für die Medienforschung. In Kapitel 4 schliesslich, werden Überlegungen zur empirischen Umsetzung des Ansatzes dargelegt.

2. Mediensystemwandel als Medienorganisationswandel

Die Struktur eines Mediensystems lässt sich verstehen als ein Geflecht aus unterschiedlichen Medienorganisationen (zum Beispiel öffentlich oder privat verfasster Rundfunk), ihren Beziehungen zu den unterschiedlichsten Akteuren aus ihnen vor- und nachgelagerten Märkten

(zum Beispiel Nachrichten-, oder Werbeagenturen, Vertriebsorganisationen), sowie zu Akteuren aus Politik, Kultur und Wirtschaft (vgl. Haas/Jarren 2002: IX); Künzler 2005: 183). Gesamtgesellschaftliche Medienleistungen, die Medienangebote und die Qualität solcher Angebote sind von der Ausgestaltung dieser Medienstruktur abhängig (vgl. Puppis 2007). Und diese wiederum ist kein Zufallsprodukt, sondern von (z.B. politischen, wirtschaftlichen und kulturellen) Rahmenbedingungen (mit) abhängig.

Im Zentrum des folgenden Vorschlags zur Analyse des Medienwandels in diachroner Perspektive steht die Medienorganisation. In einer basalen Definition werden Medienorganisationen hier als soziale Gebilde verstanden, die erstens publizistische Gesamtprodukte (Zeitungen, Fernsehprogramme etc.) herstellen, zweitens bestimmte Zielsetzungen verfolgen, drittens eine interne Struktur aufweisen, die durch Hierarchie und explizite sowie implizite Arbeitsprozesse und damit koordiniertes Handeln gekennzeichnet ist, die dabei viertens auf bestimmte Technologien (Apparate, Kenntnisse, Fähigkeiten etc.) und finanzielle Ressourcen zurückgreifen und fünftes auf mannigfache Art und Weise in ihre Umwelt eingebettet sind (vgl. Künzler/Jarren 2010: 227f.; Müller-Jentsch 2003: 20–23). Die Fokussierung auf Medienorganisationen ist dadurch begründet, dass sie der konkrete Ort der Herstellung öffentlicher Kommunikation sind. Die Produktion von publizistischen Inhalten oder zumindest die Zusammenstellung bzw. Bündelung eines von anderen Organisationen (Produzenten) oder Einzelpersonen zugeliferten Angebots findet innerhalb von Medienorganisationen statt. Erst die Vermittlung dieser Inhalte durch Medienorganisationen verleiht den Medieninhalten gesamtgesellschaftliche Relevanz (vgl. Jarren 2008: 330). Darüber hinaus bilden Organisationen Beziehungen zu anderen Organisation auf den vor- und nachgelagerten Märkten (z. B. zu Fernsehproduzenten, Werbeagenturen, Kabelnetzbetreiber) und zu Akteuren aus Politik, Kultur und Wirtschaft aus (z. B. Regulierungsbehörden, Urheberrechtsgesellschaften, Unternehmerverbände etc.).

In einem Mediensystem existieren stets unterschiedliche Typen von Medienorganisationen, die sich in Bezug auf ihre Rechtsform (öffentliche oder private Rechtsform, GmbH, AG, Stiftung etc.), Zielsetzung (Gewinn erwirtschaften, Bürger bedienen, lokale Gruppen in die Fernsehproduktion einbeziehen), Finanzierungsform (Gebühren, Werbung, Entgelt), Art der Programmproduktion (Eigenproduktion, Auftragsproduktion, Koproduktion etc.), Gestaltung der Beziehung zur Umwelt usw. unterscheiden. Aufgrund dieser Unterschiede erbringt jeder Organisationstyp je andere programmliche und gesellschaftliche Leistungen. Gesellschaftliche Rahmenbedingungen – also z.B. medienpolitische und -rechtliche Vorgaben, Grösse der Zuschauer- und Werbemärkte, Sehgewohnheiten und andere kulturelle

Faktoren – haben einen Einfluss darauf, welche Typen von Medienorganisationen in einem Mediensystem überhaupt vorzufinden sind. Verändern sich diese Rahmenbedingungen, kann dies zur Einführung neuer Typen von Medienorganisationen führen (z. B. Einführung von privat-kommerziellem Fernsehen (Finanzierungsart)), gleichzeitig aber auch zu einer Schwächung bestehender Organisationstypen oder zumindest deren Anpassung an die neuen Rahmenbedingungen. Ein Beispiel für einen solchen weitgehenden Organisationswandel ist in der Schweiz das Verschwinden der Gesinnungspresse anfangs der 1970er-Jahre und das Aufkommen von Forumszeitungen. Damit veränderten sich die Beziehungen der Presse und ihre Leistungen für die Gesellschaft massiv.

Dieses Beispiel verdeutlicht, dass Veränderungen von Mediensystemen stets mit einer Veränderung von Medienorganisationen einhergehen (vgl. Melischek et al. 2005: 251). Medienwandel ist deshalb immer auch ein Medienorganisationswandel. An Veränderungen der Medienorganisationen und ihren Beziehungen zur Umwelt lässt sich deshalb der Medienwandel ablesen. Die Analyse dieses Organisationswandels ist deshalb wichtig, weil er auch zu einer Veränderung der programmlichen, politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Leistungen des Mediensystems insgesamt führt.¹

3. Theoretischer Rahmen – Populations-Ecology

Der Vorschlag, den Medienwandel als Wandel von Medienorganisationen zu konzipieren, welche innerhalb bestimmter Rahmenbedingungen auf vielfältige Art und Weise von der Umwelt eingebettet sind, lässt sich mit der Theorie der Organisations- bzw. Populationsökologie fundieren. Dieser Ansatz wurde wesentlich von Hannan und Freeman geprägt. Die grundlegenden Annahmen haben die beiden Autoren im Aufsatz »The population ecology of organizations« (1977) dargelegt (vgl. einführend Kieser 2002: 255–275).² Die der Evolutionstheorie entwendeten Termini mögen der Publizistik- und Medienwissenschaft zunächst fremd erscheinen, sie beinhalten jedoch relevante Implikationen für die Erforschung des Mediensystemwandels als Organisationswandel. Zu betonen ist insbesondere, dass die Populationsökologie nicht »von einer kruden Analogie zwischen menschlichen Organisationen und natürlichen Organismen« ausgeht. »Es wird nur angenommen, dass es für die Forschung dienlich sein kann, im Modus der Analogiebildung ein formales Konzept aufzugreifen, das Phänomene auf der Makroebene in ihrer

¹ Dieser Zusammenhang zwischen Struktur, Organisation und Inhalt/Leistung wird auf theoretischer Ebene insbesondere im Rahmen des Structure-performance-conduct-Modells begründet (vgl. Künzler 2009).

² Von Autoren aus diesem Umfeld wurde in neuerer Zeit auch eine Organisationsdemografie entwickelt, die mit ähnlichen Modellen und Methoden arbeitet wie die Populationsökologie (vgl. Carroll/Hannan 2000).

Wahrscheinlichkeit zu erklären vermag, die ansonsten ungeklärt bleiben müssten« (Bonazzi 2008: 362).

3.1 Mengen oder Populationen von Organisationen und ihre Umwelt

Die Populationsökologie beschäftigt sich mit der Entstehung, dem Wachstum und Zerfall von Organisationsgruppen oder -Populationen, die hinsichtlich bestimmter Merkmale homogen sind (z.B. lokal-regionale Privatradiosender). Dabei wird davon ausgegangen, dass nicht alle Organisationspopulationen im Zeitverlauf dieselbe Überlebenswahrscheinlichkeit besitzen. Da die Theorie auf *Mengen von Organisationen* fokussiert, steht im Zentrum der Analyse die Frage, wie diese Organisationspopulationen wachsen oder schrumpfen und welche Faktoren die Überlebenswahrscheinlichkeiten von Organisationspopulationen verändern (vgl. Bonazzi 2008: 355). Das Bestehen von Organisationen und Organisationsgruppen wird damit nicht mehr als eine Konstante, sondern als abhängige Variable aufgefasst. Für die Erforschung des Medienwandels bedeutet dies zum einen, dass Organisationsein- und Austritte (oder: «Organisationsgeburten» und «-Tode») im Hinblick auf die Veränderung von Gruppen ähnlicher Organisationen im Zeitverlauf erfasst werden müssen. Zum anderen ist nach den Gründen für diese Veränderungen sowie für empirisch beobachtete Organisationsveränderungen zu bestimmten Zeitpunkten zu suchen. Diese liegen gemäss der Populations-Ecology-Forschung zu einem grossen Teil in der *Umwelt der Organisationen*.

3.2 Die Organisationsumwelt

Der Populations-Ecology-Ansatz versteht Organisationen als offene Systeme (Carroll 1987: 4). Damit wird ein starker Zusammenhang zwischen (dem Wandel von) Umweltbedingungen und (dem Wandel von) Strukturen von Organisationen postuliert. Denn als offene Systeme beziehen Organisationen Ressourcen aus ihrer Umwelt und entlassen solche in ihre Umgebung. Zielerreichung und Bestand einer Organisation können deshalb nur durch «einen ständigen, hinreichenden Austausch von Ressourcen mit ihrer Umwelt gewährleistet werden» (Kumbartzki 2002: 195). Nach diesem Verständnis von Organisationen darf die Analyse von Medienwandel folglich nicht bei der Untersuchung rein innerorganisationaler Strukturen und Prozesse verbleiben, sondern muss die Organisations-Umwelt und die interorganisationalen Beziehungen mitberücksichtigen.

Diese Umwelt lässt sich dabei folgendermassen differenzieren: a) in eine »Aufgabenumwelt« (auch »Arbeitsumwelt« oder »organisationales Feld« genannt), die aus einer Vielzahl anderer Akteure besteht, die mehr oder weniger in direkter Interaktion mit den Medienorganisationen

stehen, und b) in eine »generelle, globale Umwelt« oder »Rahmenbedingungen«, die von den Organisationen nicht oder nur bedingt beeinflusst werden kann und die sich in verschiedene Teilbereiche wie Technik, Recht, Soziokultur, Makroökonomie etc. einteilen lässt (vgl. z. B. Eggers 2004: 6 und Müller-Jentsch 2003: 24).

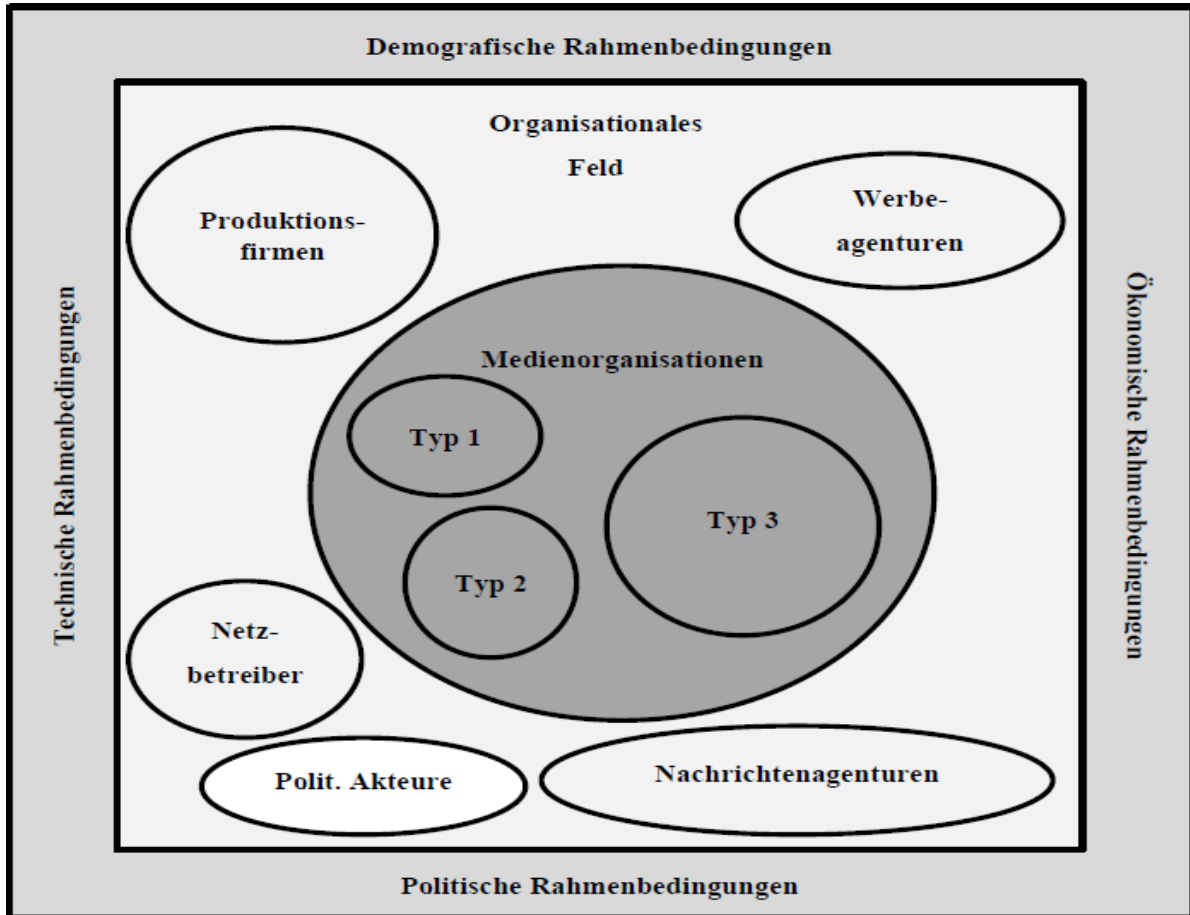


Abb. 1. Medienorganisationstypen, organisationales Feld und Rahmenbedingungen.

Medienorganisationen und organisationales Feld bilden zusammen das Mediensystem. Verschiedene Rahmenbedingungen üben einen wesentlichen Einfluss auf dessen Ausgestaltung aus.

Entsprechend muss neben der Erfassung des Medienorganisationswandels (die Gesamtheit der Medienorganisationen, unten auch als Branche bezeichnet) auch die Veränderung von organisationalem Feld und Rahmenbedingungen beschrieben werden. Danach kann untersucht werden, inwieweit diese Veränderungen Medienorganisationsein- resp. –Austritte begünstigen und sich auf deren Überlebenschancen auswirken. Die Populations-Ecology verwendet dabei in der Regel statistische Methoden. Auf Medien wurde diese Theorie von Carroll (1987) am Gegenstand dreier Langzeitstudien zum Pressewandel in Argentinien, Irland und den USA sowie einer Studie von Amburgey et al (1993) zum Pressewandel in Finnland angewendet.

3.3 Mechanismen der Wirkung von Umwelt auf Organisationspopulationen

Die Populationsökologie betont den zentralen Einfluss der Umwelt auf Organisationspopulationen. Die Theorie postuliert, dass drei Mechanismen, einen zentralen Einfluss auf Organisationspopulationen ausüben können:

- 1.) *Umwelt-Selektion*: Die Eliminierung von Organisationen, die nach einer Umweltveränderung nicht mehr mit ihrer Umwelt kompatibel sind, wird als zentraler Veränderungsprozess angesehen. Unterschiedliche Organisationsstrukturen innerhalb von Organisationspopulationen sind deshalb (eher) auf neu eintretende Organisationen als durch Veränderung bestehender Organisationen zurückzuführen. Diese Annahme steht im Widerspruch zu vielen Organisationstheorien, die von organisationaler Adaption (Anpassung innerorganisationaler Strukturen an veränderte Umweltbedingungen) ausgehen. Die Autoren, die Selektion ins Zentrum ihrer Analyse stellen, interessieren sich für jene Umweltbedingungen (zum Beispiel politische Umwälzungen oder Konjunkturzyklen), die zu Ein- und Austritten in den Markt führen und damit die Grösse von Organisations-Populationen beeinflussen.
- 2.) Organisationswandel als *adaptiver Prozess*: Ökologie-Autoren negieren nicht grundsätzlich die Möglichkeit von Organisationen, ihre Strukturen, Ziele oder (Produktions-)Abläufe zu verändern, resp. diese an (veränderte) Umweltveränderungen anzupassen. Sie beurteilen solche Adaptionenprozesse aber nicht von vornherein als positiv, sondern fragen nach dem Einfluss innerorganisationaler Veränderungen auf die Lebensdauer der betrachteten Organisation und danach, ob »Nachahmeffekte« erfolgreicher organisationaler Anpassung festgestellt werden können. (vgl. unten: Theorie der Struktur-Trägheit)
- 3.) Organisationswandel als *Variation*: Das Auftreten verschiedener Organisationsformen (z. B. private Rundfunkanbieter) innerhalb von Organisationsgruppen (Rundfunkanbieter) wird auch unter dem Aspekt der Variation analysiert. Astley (1985) schlug in Abgrenzung zur Populationsökologie vor, eine sogenannte »Community-Ecology« einzuführen, da die Populationsökologie lediglich die Homogenisierung von Organisationen erklären könne (Selektionsprozesse würden sukzessive immer besser an ihre Nische angepasste Organisationen hervorbringen, die sich folglich immer ähnlicher werden.) Die »Community-Ecology« betonte demgegenüber den Gestaltungsspielraum von Organisationen im Hinblick auf Veränderungen unter dem Aspekt der Schaffung neuer Räume. In dieser Perspektive haben neue Organisationen Erfolg, weil sie neue Nischen mit unvorhergesehenem

Potential öffnen, nicht weil sie bereits bestehende Funktionen ihrer Konkurrenten verbessern. Veränderte Selektionskriterien für das ganze System müssen dann nicht zwingend auf Umweltveränderungen (neue rechtliche Rahmenbedingungen ermöglichen Privatfernsehanstalten), sondern können auch auf erfolgreiche neue Organisationstypen (z. B. Ablauforganisation: VJ-Fernsehen) zurückzuführen sein. Mögliche Forschungsfragen betreffen aus dieser Perspektive den Einfluss organisationaler Unterschiede auf die Überlebenschance von Organisationen oder die Frage nach den Faktoren für die Entstehung neuer Organisationstypen.

4. Empirische Umsetzung der theoretischen Annahmen

Aus den Annahmen der Populationsökologie lassen sich konkrete Schlussfolgerungen für die empirische Erforschung des Mediensystemwandels ziehen. Diese sollen im Folgenden erläutert werden und folgen der Unterteilung nach Medienbranche, organisationalem Feld und Rahmenbedingungen, wie sie in Abb. 1 (vgl. oben) dargestellt ist.

4.1 Medienorganisationswandel

Zunächst ist der Wandel der Medienorganisationen resp. der Branche zu bestimmen. Dazu wird erstens im Sinn einer Medienorganisationdemografie bestimmt, wann Medienorganisationen in die Branche ein- resp. ausgetreten sind. Berücksichtigt werden muss dabei, dass Medienorganisationen sowohl aus der Branche in das organisationale Feld – zum Beispiel ein Verlag durch Aufgabe der Herausgabe einer eigenen Zeitung, aber unter Beibehaltung des Druckereibetriebs – wie auch ganz aus dem System austreten können; z. B. durch Auflösung/Liquidation. Die vorhandenen Medienorganisationen lassen sich anhand weniger, wichtiger Merkmale in Realtypen unterteilen. In einem zweiten Schritt kann nun bestimmt werden, welche dieser Realtypen das Mediensystem zu einem bestimmten Zeitpunkt prägen. Indikatoren dazu sind der Anteil eines Medienorganisationstyps am Werbemarkt- und Zuschauermarkt. Indem diese Analyse bei verschiedenen Zeitpunkten ansetzt, kann ermittelt werden, ob und wie die Bedeutung bestimmter Gruppen von Medienorganisationen für Publikum und (Werbe-) Wirtschaft zu- oder abgenommen hat.

Grundlage dieser Analyse sind folglich die gebildeten Realtypen von Medienorganisationen. Hier stellt sich die Frage, wie sich Medienorganisationen klassifizieren lassen. In der Literatur wird die Taxonomie von Organisationen zur Bildung von Organisationstypen kontrovers diskutiert. Während etwa McKelvey im Hinblick auf die Vergleichbarkeit von Untersuchungsergebnissen eine Wissenschaft der organisationalen Klassifikation und

Taxonomie forderte und zu entwickeln suchte (vgl. McKelvey 1982), plädierten auf der anderen Seite Hannan und Freeman für eine durch den Forschungskontext definierte Klassifizierung von Organisationen, zumal die Möglichkeiten der Einteilung potentiell unbegrenzt seien (vgl. Hannan/Freeman 1977, zur Kontroverse Carroll 1984: 22–24 und Rao 2002: 328–329). Da sich trotz aller Anstrengungen auch anderer Zweige der Organisationssoziologie (die genannten Autoren sind zur Organisationsökologie zu rechnen), zu einer universalen Organisationstaxonomie zu gelangen, bislang kein Modell durchgesetzt hat, bleibt die theoriegeleitete Entwicklung eines eigenen (erweiterbaren) Basis-Sets zur Bildung von Medienorganisationstypen.

Müller-Jentsch nennt als wichtigste Kriterien zur Beschreibung von Organisationen: Ziele, Strukturen, Mitglieder und die zur Verfügung stehenden Technologien und (finanziellen) Ressourcen (vgl. Müller-Jentsch 2003: 20–23). Entlang dieser Kriterien haben die Autoren ein eigenes Modell zur Beschreibung von Medienorganisationen und damit zur Bildung von Medienorganisationstypen erarbeitet (hier für Fernsehorganisationen):

Variable	Ausprägung
1. Allgemeine Merkmale	
Rechtsform	Einzelunternehmen / Personengesellschaft / Kapitalgesellschaft / Öffentlich-rechtlich / Stiftung / andere
Organisationsstruktur	zentral / dezentral (föderal) / Mischform Einzelorganisation / Einbindung in eine Konzernstruktur
Produkt	Publizistisches Voll-/Spartenprogramm / Fensterprogramm / nichtpublizistische Serviceprogramm (z. B. Wetterkamera, Verkaufssender etc.)
Lizenzierung	Ja / Nein
Gründungsjahr	z.B. 1996
(Haupt-)Sitz	z.B. Wien
Reichweite / Marktanteile	in absoluten Zahlen und Prozent
2. Ziele	
Unternehmenszweck	Text
Positionierung nach geografischen Kriterien	lokale Ausrichtung / regionale Ausrichtung / nationale Ausrichtung / internationale Ausrichtung
Allgemeine Wertvorstellungen	Text (z.B. aus Leitbild)
3. Mitglieder	
Betriebsgrösse	mikro / klein / mittel / gross
Background Mitglieder des obersten Organs	Parteizugehörigkeit (Anzahl Personen/Partei) / Mandate in der Branche (Anzahl Personen / Anzahl Mandate) / Andere Mandate (Anzahl Mandate / Branche)
4. Struktur	
Positionierung nach Wertschöpfung	breit / mittel / schmal
5. Finanzielle Ressourcen	
Finanzierungsform	Rundfunkgebühren / Werbung / Mischform / Programmentgelt (Pay-TV)
Ertrag (Ø der letzten 5 Jahre)	Zahl
Aufwand (Ø der letzten 5 Jahre)	Zahl
Investition (Ø der letzten 5 Jahre)	Zahl
6. Kerntechnologien	
Verbreitungsart	Analog terrestrisch / Kabel / Satellit / IPTV / Mobile / andere
Programmproduktion	Eigenproduktion / Fremdproduktion durch professionelle (in- oder ausländische) Produktionsfirma oder Zuschauer

4.2 Wandel der organisationalen Feldes und der Rahmenbedingungen

Ist der Medienorganisationswandel beschrieben, folgt in einem zweiten Teil die Beschreibung des organisationalen Feldes und der Rahmenbedingungen. Für das organisationale Feld bietet sich ebenfalls eine Organisationsdemografie an: Es ist zu bestimmen, wann wie viele Organisationen bestimmter Typen (z.B. Produktionsfirmen, Werbeagenturen, Nachrichtenagenturen, Netzbetreiber etc.) im System vorhanden waren. Betreffend der Rahmenbedingungen ist je nach Methode (quantitativ oder qualitativ) eine andere Beschreibungsart zu wählen. In der Populations-Ökologie, die wie erwähnt mit statistischen Methoden arbeitet, wurden in der Vergangenheit verschiedene Indikatoren untersucht (z. B. wirtschaftliche Konjunktur, politische Unruhen, politische Wahlen etc. und diese auf die Veränderungen der Medienorganisationen und des organisationalen Felds bezogen (vgl. u.a. Carroll 1987).

5. Fazit

Der Wandel von Mediensystemen kann durch den Wandel ihrer Medienorganisationstypen – verstanden als Mengen von Organisationen mit ähnlichen Merkmalen – analysiert werden. Die Populations-Ecology bietet für ein solches Unterfangen einerseits einen theoretischen Rahmen, mit dem sich die Entwicklung von (Medien-)Branchen empirisch überprüfbar untersuchen lässt.

Wie wir gezeigt haben, sollte die Analyse des Mediensystemwandels jedoch nicht bei der Analyse der Medienbranche stehen bleiben. Konsequenterweise ist auch der Wandel des organisationalen Feldes sowie der Rahmenbedingungen miteinzubeziehen. Denn Medienorganisationen planen ihre Tätigkeiten nicht quasi autistisch in einem Vakuum, sondern sind von der Ausgestaltung ihrer Umwelt abhängig. Entsprechend sind Medienstrukturen als Resultat von Umweltbedingungen und interorganisationaler Verbindungen zu verstehen.

Literaturverzeichnis

- Amburgey, Terry L.; Kelly, Dawn; Barnett, William P. (1993): Resetting the Clock: The Dynamics of Organizational Change and Failure. In: *Administrative Science Quarterly*, S. 51–73.
- Astley, W. Graham (1985): The Two Ecologies: Population and Community Perspectives on Organizational Evolution. In: *Administrative Science Quarterly* 30, S. 224–241.
- Bonazzi, Giuseppe (2008): Geschichte des organisatorischen Denkens. Wiesbaden.
- Boone, Christophe; Carroll, Glenn; van Witteloostuijn, Arjen (2002): Resource Distributions And Market Partioning: Dutch Daily Newspapers, 1968 to 1994. In: *American Sociological Review* 67, S. 408–431.
- Carroll, Glenn (1984): Dynamics of Publisher Succession in the Newspaper Industry. In: *Administrative Science Quarterly*, S. 93–113.
- Carroll, Glenn (1987): Publish and perish: the organizational ecology of newspaper industries.
- Carroll, Glenn; Hannan, Michael T. (2000): The Demography of Corporations and Industries. Princeton.
- Carroll, Glenn; Dobrev, Stanislav D.; Swaminathan, Anand (2002): Theorie der Ressourcenteilung in der Organisationsökologie. In: Jutta Allmendinger und Thomas Hinz (Hg.): *Organisationssoziologie. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* (42). Wiesbaden, S. 381–413.
- Eggers, Thorsten (2004): Organisationsumwelt und Organisationsgrenzen kooperativer Unternehmen. Eine empirische Analyse interorganisationaler Netzwerke im Verarbeitenden Gewerbe. Stuttgart.
- Gilbert; Clark G. (2005): Unbundling The Structure Of Inertia: Resource Versus Routine Rigidity. In: *Academy of Management Journal* 48 (5), S. 741–763.
- Haas, Hannes; Jarren, Otfried (Hg.) (2002): Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien. Wien.
- Hallin, Daniel; Mancini, Paolo (2004): Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics. Cambridge.
- Hannan, Michael T.; Freeman, John (1977): The population ecology of organizations. In: *American Journal of Sociology*, S. 929–964.
- Hannan, Michael T.; Freeman, John (1984): Structural Inertia and Organizational Change. In: *American Sociological Review* (2), S. 149–164.
- Hannan, Michael T.; Pólos, László; Carroll, Glenn (2007): Logics of Organization Theories. Audiences, Codes, and Ecologies. Princeton.
- Jarren, Otfried (2008): Massenmedien als Intermediäre. Zur anhaltenden Relevanz der Massenmedien für die öffentliche Kommunikation. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 56 (3-4), S. 329–346.
- Kieser, Alfred (2002): Organisationstheorien. Stuttgart.
- Kumbartzki, Jürgen (2002): Die interne Evolution von Organisationen. Evolutionstheoretischer Ansatz zur Erklärung organisationalen Wandels. Wiesbaden.
- Künzler, Matthias (2009): Die Liberalisierung von Radio und Fernsehen. Leitbilder der Rundfunkregulierung im Vergleich. Konstanz.

- Künzler, Matthias (Hg.) (2005): Das schweizerische Mediensystem im Wandel.
- Künzler, Matthias; Jarren, Otfried (2010): Mediensysteme - Medienorganisationen. In: Heinz Bonfadelli, Otfried Jarren und Gabriele Siegert (Hg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Bern; Stuttgart; Wien, S. 215–238.
- McKelvey, Bill (1982): Organizational Systematics. Taxonomy, Evolution, Classification. Berkeley; Los Angeles; London.
- Melischek, Gabriele; Seethaler, Josef; Skodacsek, Katja (2005): Der österreichische Zeitungsmarkt 2004: hoch konzentriert. In: *Media Perspektiven*, S. 243–252.
- Müller-Jentsch, Walther (2003): Organisationssoziologie. Eine Einführung. Frankfurt/Main.
- Puppis, Manuel (2007): Einführung in die Medienpolitik. Konstanz.
- Rao, Hayagreeva (2002): Wie entstehen neue Organisationen? In: Jutta Allmendinger und Thomas Hinz (Hg.): Organisationssoziologie. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie (42). Wiesbaden, S. 317–344.
- Ziegler, Rolf (2002): Organizational populations. In: Arndt Sorge (Hg.): Organization. London, S. 196–210.